融媒体时代传统出版业转型升级的路径探讨

范宇航
（中国传媒大学，北京 102208）

摘 要：随着新媒体的不断发展，传统出版行业产生了巨大转变。出版社等纷纷开始采用数字出版等方式，积极进行转型升级。融媒体时代的到来一方面促进了我国数字化产业的发展，另一方面也加速了传统出版业的转型。在数字技术以及互联网技术越来越成熟，各种媒介纷纷融合的大环境下，出版业也认识到时代大势所趋就是要转型升级，这样才能跟上时代发展的步伐。但在积极转型升级的过程中，依然存在着很多问题，传统出版业还有很长的路要走。本文主要就传统出版业转型中的现状进行分析，发现传统出版业转型中遇到的问题，并且根据问题探索融媒体时代传统出版业如何实现转型升级。

关键词：融媒体时代；传统出版业；优化出版产业链；整合资源　　**中图分类号：**G230.7　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）03-084-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.03.022
本文著录格式：范宇航. 融媒体时代传统出版业转型升级的路径探讨 [J]. 中国传媒科技，2021（03）：84-86.

导语

融媒体时代，对各个行业都产生了很大的影响。传统出版业大部分仍处于“纸媒没落”的影响中，融媒体时代的来临，看似是雪上加霜但实际反而创造了机会。不少传统出版业近些年将数字化作为自己发展的方向，激发了新的活力。但一方面数字化发展路径上有许多问题，另一方面传统的发展模式也还需要改进创新。下文中将就传统出版业转型过程中暴露出的问题进行分析，并针对未来转型路径提出设想。

1. 融媒体时代传统出版业转型发展的现状

内容和技术的革新是传统出版业生存发展的重要动力。内容上，新媒体时代大环境下，传统出版业纷纷根据自身特色，挖掘相关内容资源。一方面，相关资源转化的内容具有权威性、专业性的固然在市场中占据优势，但是相关资源转化出的争议性、新潮性、时效性内容在市场中也均有不俗表现。内容上逐渐呈现资源多样性趋势。

技术上数字化发展对传统出版业造成了很大冲击。虽然在传统出版业被“唱衰”的时候，很多专家指出传统出版业有其独特性以及优势，不会被完全取代。但毋庸置疑传统出版业需要积极应对数字化发展，一方面更加有效地利用电子化资源，另一方面两者的结合会给出版业转型创新提供更多思路。如果可以集中二者的优点，传统出版业的业务范围、服务方式都将更加多元化，竞争力得以大幅提升。而从进入新媒体时代以来，媒介传播的模式变得更加复杂多样，新媒体带来的各式平台也为传统出版业的数字化发展提供了更多选择。融合媒介，推动数字化发展几乎成了传统出版业技术上的必然选择。[1]

2. 融媒体时代传统出版业转型升级中的常见问题

融媒体时代传统出版业越来越重视转型升级，同时也试着积极融合新媒介。但是遇到了一些问题。首先也是最主要的问题，不少传统出版业在选择融合媒介时缺乏判断，对旧有传统模式以及产品定位等缺乏考量或是错误评估，存在跟风等行为。其次大部分传统出版业对于媒介融合中的相关新媒体技术仍处于摸索学习阶段，在转型中能提供的力量有限。再次，传统出版业的旧有模式较为根深蒂固，一些旧有项目依赖性较强，转型难度大，因此限制了融媒体对于资源的整合应用。此外，传统出版业产业链上也出现了一些问题，例如产品内容严重的同质化。内容上相互竞争较为激烈的同时导致了销售渠道也逐渐狭隘。最后，由于目前还没有形成统一的数字化出版标准，很大程度还依赖于行业联盟，传统出版业的知识产权等问题尚未完善，推动数字化发展的同时还会更加放大问题，这些无疑是会影响传统出版业转型升级效率的。[2]

3. 融媒体时代传统出版业转型升级的路径

3.1　联盟中打破壁垒

相较于我国的传统出版业此前各自为战、比较分散的状态，近两年传统出版业也纷纷组建各种联合体、联盟，形成一个个小集团。原意是更好地进行资源互补和共享。特别是在融媒体时代中，可以共享媒体资源，分享经验，同时加速数字化建设。然而通过观察实际情况，可以发现个体之间依然缺乏交流，不同个体有不同的需求，不同个体互相之间也有利益冲突。比如同一个联盟中的不同个体之间资源并不共享，依然是第三方大数据公司进行统计汇总，然后个体分别付费获取，这无疑是资源的浪费，甚至会引发缺乏沟通而导致的不必要竞争。同时在馆配会等图书批发场合，个体在自己产品不足以满足市场需求时，也并没有提供自己联盟中其他个体的信息，例如二维码等。因此联盟、联合体的形式目前还是比较流于形式，合作中壁垒重重，并没有实际做到“联盟”，打破壁垒对于转型升级无疑是很重要的。[3]

3.2　推动数字化发展

数字出版虽然在形式上冲击着传统出版业，可是传

统出版毕竟有着多年的积淀，在内容方面始终有着很大优势。一方面，传统出版应积极推进数字化进程，将旧有的有价值的，或是有固定受众的内容优先实现数字化上架。另一方面，也要做好保护措施，要增加版权许可的范围，同时进一步分析《信息网络传播权保护条例》，不断加强自身的数字版权保护，以更好的筹备未来开发产品和服务工作。此外要认识到不同的媒介渠道都有不同的特点，即使是相同的内容也必须体现出差异性，通过这样的形式来提高其品牌的影响力，进一步延长产品的价值链，提高自身的竞争力。[4]

3.3 优化出版产业链

网络对人们的影响越来越大，特别是5G时代即将到来，各行各业很可能都将会迎来一场大变。传统出版业的创新发展中首先应该融合互联网的特征，要对行业流程进行不断的优化，改善整个的产业链，以满足行业发展的需求，同时备战5G时代的到来。特别是当下人们的生活水平比较高，对产品和服务都有了更高的要求，在这样的形势下传统出版业必须不断优化流程和产业，满足人们的需求，才能够提高竞争力。例如读者总是会电话咨询或者邮件咨询相关书籍的出版日期，或是今年是否仍会出版改版，但是少有出版社将对应的热门书出版计划预告公示，反而是淘宝第三方店家对于相关资讯更为熟悉，这无疑是传统出版业可以改进的。例如现在传统出版行业的网络销售页面上虽然有书摘以及试读，但是一来普及率不高，二来形式比较单一，如果采取视频形式的领读或者交互类视频形式的试读，可能无论从创新或是备战未来5G时代科技融合的角度上都会有新的发现。融媒体出版是时代发展的必然结果，出版社将内容通过新的形式、技术等展示出来，整合不同媒体媒介的优势，在纸质图书之外有如手机、电脑、广播等更多的展示形式。必须坚持促进媒介融合才能更好地优化出版产业链，促进传统出版行业转型升级。[5]

3.4 重视自身审视

传统出版业中的每个个体都应审视自身定位，根据主要受众的特征、结合自身的特色来进行创新发展。只有符合自己特点的选择，才能够将优势最大化地发挥出来，转型升级道路才会更加的顺畅。

（1）要重视市场调研，对自身进行准确的定位，制定科学的出版计划。出版企业不但要了解自身的情况，还需要加强对于市场的调研，以我国目前传统出版业现状来看，童书以及考试类相关书籍竞品众多，竞争尤为激烈，涉及的相关出版单位是规避竞争另辟蹊径，还是迎难而上让自家产品脱颖而出都需要大量的调研与思考。同时传统出版行业采用合适的终端、媒体进行推广，也要注意市场调研以及对自身产品的思考，不能只看到了融媒体时代，而忽视了对自身的审视，“合不合适”应该放在“做不做”之前先考量，例如直播带货热潮下，不少出版社纷纷采取直播带货，或是短视频推广等方式，但是在进行决策之前似乎并没有足够的分析审视，不少出版社陷入“不试试怎么知道不行”的怪圈，却忽视了“先想想行不行”的重要性，比如受众较少的专业类图书采用直播带货等方式无疑是不恰当的，同时定位较为严肃的出版社采用反差很大的短视频无疑也是需要进一步考量的。与此同时传统出版企业在转型或是融媒体过程中也要思考自身需要哪些相关人才，增加相应的岗位。术业有专攻，要有人员专门负责对应的媒体相关工作，同时要制定符合自身发展战略的人才储备以及培养计划，从技术上支持出版物能够多种方式发行推广。

（2）要优化传统出版的流程。优化传统出版流程，最主要的还是要加快数字化发展进程。因为目前数字化发展过程中的云印刷以及云出版，可以大幅度优化传统出版流程链条。首先是云出版能够加密出版资源，对自己的数据进行保护，让出版商可以放心大胆的选择发行渠道以及合作方，同时又能够监控相关数字产品的销售、阅读以及购买等行为。云出版不仅改变了传统的产业链，为出版商提供了更多的销售渠道，有了多样化的盈利模式，同时更用一站式的方法来完成数字产品的推广、授权以及线上交易等活动，大大节省了人力物力。同样，云印刷平台集中了很多先进技术，能将资源共享到全球并进行印刷，能够实现异地实时印刷，同时内容具有安全性。将互联网和印刷业紧密结合，将链条上的资源整合到了一起，同时解放出了人力物力，使出版流程得到简化，传统出版行业也能有更多的收益。[6]

3.5 积极整合多种资源

传统出版业首先要重视多媒体的选题资源，要能够结合自身定位，选择适合的内容资源进行挖掘，推动自身产品的内容更加现代化。其次在数字化发展的过程中，应该加强重视媒体资源，以当前的发展模式作为基础，和新媒体进行适时适度的融合，充分挖掘媒体的功能性，抢占数字化出版市场。同时也要积极挖掘传统出版行业融媒体的新形式。再次，信息化时代，传统出版业要利用网络建立自己的平台，和读者进行更多的互动，了解他们有哪些需求，再根据反馈来调整自身发展的模式以及未来发展的方向。而不仅仅像目前传统出版业大部分的官方平台只起单纯的图书陈列展示柜作用。同时，塑造功能较为多样的网络平台也可以对自身起到良好的宣传作用，甚至发挥虹吸作用，吸纳相关竞品单位的受众加入自身受众中来。

3.6 确定自身的互动平台策略

互联网时代，微博、微信等社交软件的出现提供了很多新型互动平台，一方面出版相关内容有更多的空间可以用多种多样的方式呈现出来，另一方面利用这些平台，编辑能够与受众进行交流，收集到相关声音，此外，传统出版行业在推广上也有了更多方式更多平台的选择。根据用户反馈量身定制出版方案，或是几种方案征集意

见采用呼声最高，也或者不涉及出版方案，纯粹运营互动以吸引更多粉丝，促进产品出来之后的宣传效果，这些都是可以选择的策略。出版企业必须提前对自己进行定位，并制定相应政策，要将自身的内容优势体现出来，同时确保与自己的商业发展模式和路径相符，并且要考虑可行性以及企业本身能力范围。[7]

3.7 数字化过程提供安全保障

传统出版行业纷纷推进数字化进程，但是数字化出版正常运营的前提就是要对版权进行保护，如果运营安全都无法保证的话，无疑是难以实现良性发展的。目前数字出版版权保护方面我国做得并不好，存在诸多问题。大量盗版出版物在市场流动，也没有更加完善的相关法规，人才方面也是有着严重的缺失，甚至目前主要靠第三方“知识产权保护”公司收费帮助出版社打击盗版并且投诉店铺。所以说，要想实现数字化的快速发展必须加强版权保护，提高相关数字出版资源运营的安全性，而这需要从技术、社会以及法律等多层面共同进行。

（1）技术层面上，目前的版权保护技术主要是防止出版书籍没有授权被非法复制的行为。现阶段保护技术上广泛运用的有：DRM 技术、数字内容加密技术以及水印技术，其中保护效果最好的 DRM 技术被广泛地运用。在没有授权的情况下，DRM 技术可以有效防止数字出版物别人非法篡改、复制，并且有效的监控出版物的打印、阅读和下载次数。数字版权的技术层面保护虽然在资源、内容共享上起到一定的限制作用，但是有效地保护了作者、读者、出版企业以及技术运营商的利益，整体来说还是为了更好地推动传统出版行业的转型和发展，同时维护行业内的健康生态。[8]

（2）社会层面上，一方面传统出版业行业内以及相关作者等都应该树立正确的版权保护意识，要由作者、公众、出版行政管理部门以及出版单位一同建立起“监督举报网络”。另一方面对于数字版权的宣传与相关知识的普及应不断加强，不断促进人民群众提高觉悟抵制盗版，熏陶培养人们保护著作权的意识。

（3）法律层面上，为了保证数字出版的安全运营，不仅仅需要作者、出版社的共同努力，还需要我国相关部门的支持。例如加快《出版管理条例》《互联网出版管理暂行规定》等法律法规的修订，并尽快制定出《数据库出版服务管理办法》《互联网文学出版服务管理办法》《手机媒体出版服务管理办法》等有关的管理办法，对数字出版物的适用范围和使用权限进行界定，并制定出侵权认定的标准，在法律监管体系中纳入微信、微博等新型媒体平台传播信息的行为，保证数字出版产业链中作者等权益人的合法权益。[9]

3.8 提高人员素养

传统出版行业的转型升级，是出版社在保留传统优势业务的基础上，通过综合型、多元化发展的指导，根据自身的发展需求进行相关战略的制定，再辅以对相关管理人员对融媒体时代发展理念的强化，不断地促进服务功能的丰富以及融媒介思路的扩展。在融媒体时代，工作中十分重要的是培养专业的工作团队。相关传统出版单位需要针对不同的岗位新型方向进行针对性的培训教育，促进传统出版业在技能和理念上的实时更新，同时还可以使员工的信息化素养得到不断地提高，以便于更好的运用融媒体技术，开展融媒体工作，有效地提升传统出版业转型升级的进程。[10]

结语

融媒体时代的到来，使传统出版业可以更好地满足人们个性化、多元化的需求，同时多种多样的方式可以帮助传统出版业提高竞争力，使转型升级的道路更加好走。但是传统出版业在融合媒介时，却也因缺乏经验，自身定位不清等原因，引发了不少问题。因此，传统出版业应通过充分发挥现有行业联盟作用、优化出版产业链、提高人员媒介素养、做好数字化进程中的安全保障、积极整合多种资源等方法，不断推动发展，实现与时俱进，积极完成传统出版业的转型升级任务。媒

参考文献

[1] 葛凯丽 . 融媒体时代传统出版业数字化发展的创新分析 [J]. 传媒论坛，2020，3（18）：89+91.
[2] 高杨 . 传统出版业数字化转型发展研究——以中医药类图书为例 [J]. 科技传播，2019，11（19）：151-152.
[3] 车东林 . 媒体融合背景下出版业数字化转型发展策略分析 [J]. 科技传播，2019，11（06）：166-167.
[4] 伍丹莉 . 我国传统出版业数字化转型研究 [J]. 传媒论坛，2018，1（21）：144+146.
[5] 张妮娜，苏晓暹 . 关于数字化发展中传统图书出版业新形态的几点考察 [J]. 新闻知识，2018（07）：38-40.
[6] 李宝玲，丁晓花 . 我国传统出版业数字化发展的国际比较——基于宏观视角的分析 [J]. 北京印刷学院学报，2017，25（05）：1-4.
[7] 李宝玲 . 媒介融合时代传统出版业数字化发展的路径选择 [J]. 科技与出版，2016（08）：115-118.
[8] 张明 . 传统出版业数字化转型发展思路探讨 [J]. 理论与现代化，2015（05）：110-113.
[9] 蔡敏燕 . 浅谈数字化时代传统出版业态的发展趋势 [J]. 印刷杂志，2013（01）：32-33.
[10] 苏振华，杨振和 . 数字化背景下中国传统出版业的发展思路 [J]. 今传媒，2012，20（12）：69-70.

作者简介：范宇航（1993- ），男，北京，研究生在读，研究方向：传媒与公共文化管理。

（责任编辑：胡杨）